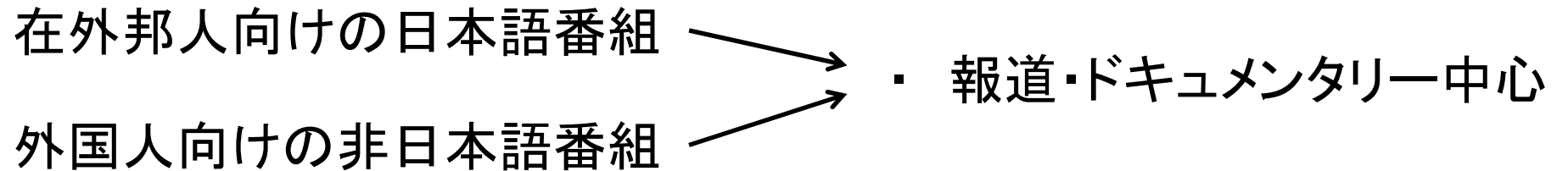


放送コンテンツ流通の促進に向けて

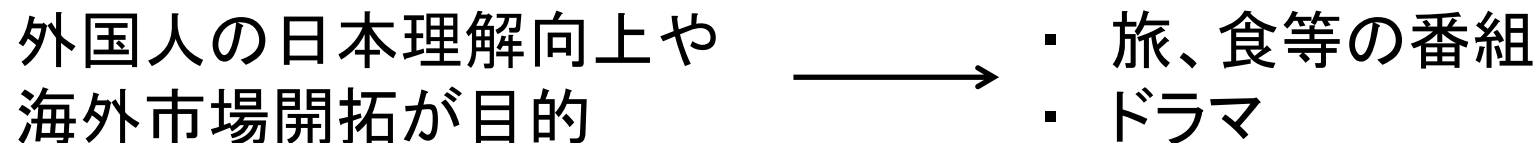
平成24年11月8日
事務局

日本の放送コンテンツの国際展開の整理

◎ 国際放送



◎ その他の海外展開

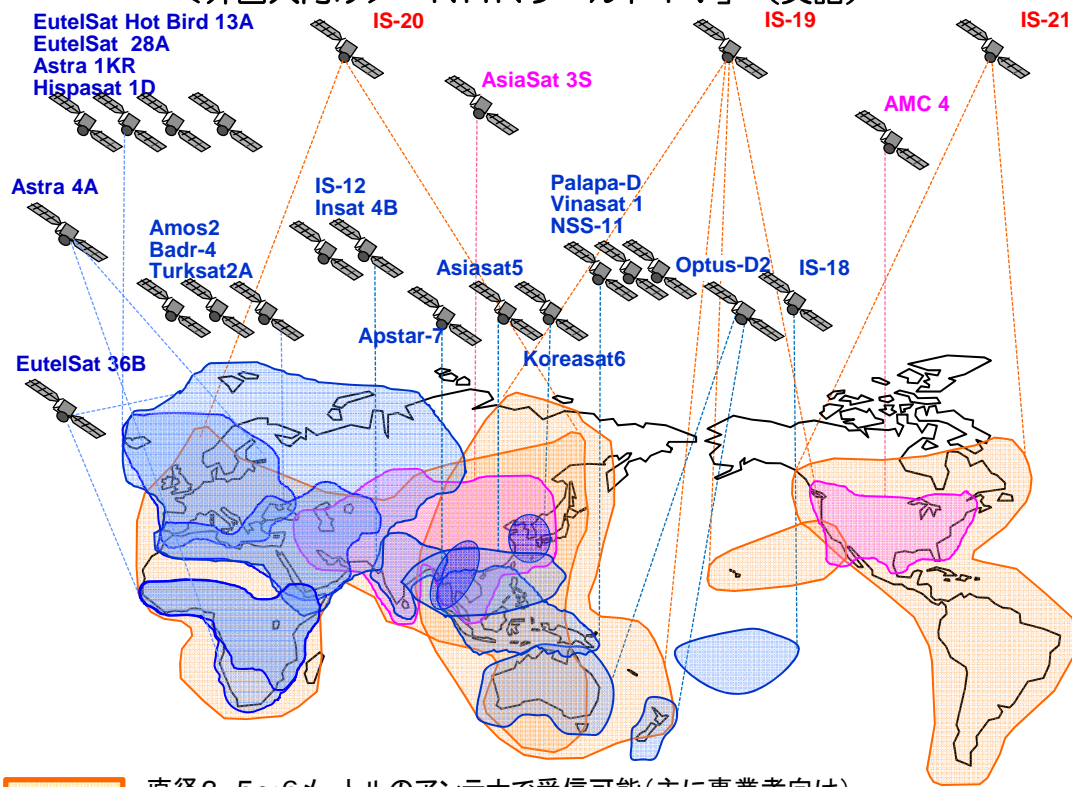


国際放送

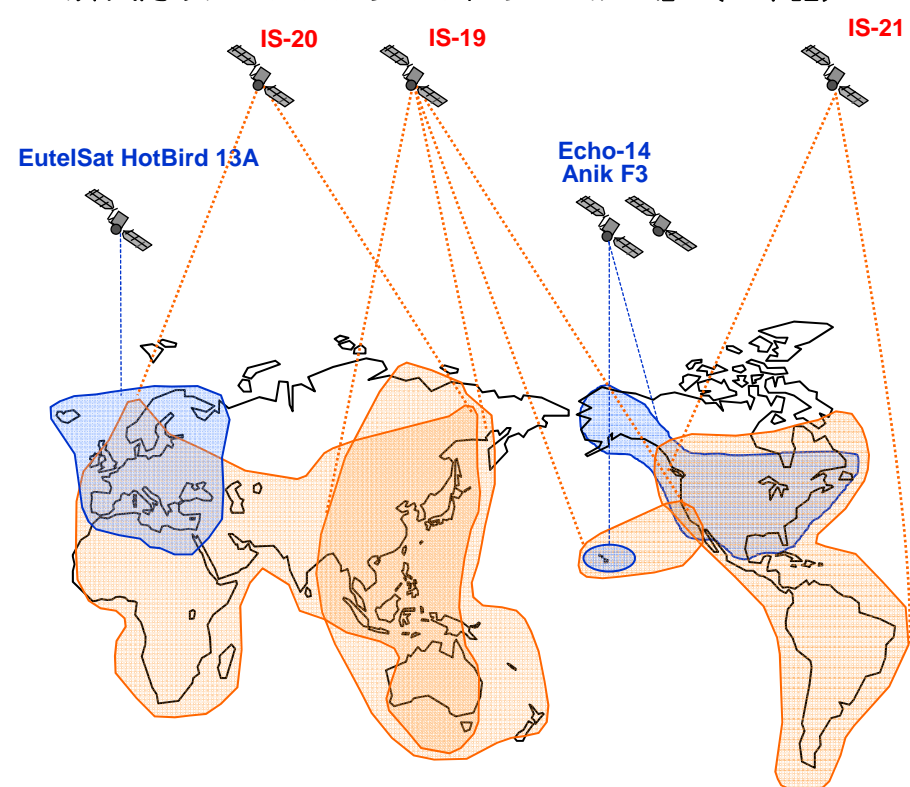
テレビ国際放送の概要

- ・放送時間 外国人向け: 1日23時間程度(株式会社日本国際放送(JIB)の独自放送を含めて24時間)
邦人向け: 1日5時間程度
- ・予算規模 133.1億円(平成24年度NHK予算額)
- ・実施形態 NHKは、外国人向けに自主放送と要請放送(放送法第65条)を併せ、「NHKワールドTV」を放送。
また、邦人向けに「NHKワールド プレミアム」を放送。
要請放送に係る費用については、国が負担(第67条。平成24年度予算額24.5億円)。
- ・使用言語 英語及び日本語
- ・使用衛星数 計26基

<外国人向け> 「NHKワールドTV」 (英語)



<邦人向け> 「NHKワールド プレミアム」 (日本語)



直径2.5~6メートルのアンテナで受信可能(主に事業者向け)
 主にホテルにて視聴可能

それぞれの地域の実情に即した受信方法で受信可能(主に一般家庭向け)

主なテレビ国際放送の比較

国名		日本		イギリス		フランス	ドイツ	中国	韓国	
放送局		日本放送協会 (NHK)		BBCワールド ニュースリミ テッド	BBC	フランス 海外放送会社 (AEF)	ドイチェ・ベレ	CCTV	KBS	アリラン 国際放送
サービス名		NHKワールド TV ※1	NHKワールド プレミアム	BBCワールド ニュース	BBCワールド サービス	フランス24	DW-TV	CCTV-4ch CCTV News 等	KBSワールド TV	アリラン
開始時期		2009年 ※2	2008年	1991年	2008年	2006年	1992年	1992年	2003年	1997年
主な財源		受信料 政府交付金	受信料	広告料 視聴契約料	政府交付金 ※3	広告料 政府交付金	広告料 政府交付金	広告料	受信料 広告料	広告料 政府交付金
事業規模		約133.1億円		約88億円	約327億円 ※4	約129億円	約315億円 ※4	不明 ※5	約4.2億円	約42億円
政府交付金		約24.5億円	—	—	約322億円 ※4	約120億円	約304億円 ※4	—	—	約23億円
視聴 可能	エリア	約130国・地域	約108国・地域	約200国・地域	中東・北アフリ カ地域	約180国・地域	不明	約100国・地域 (CCTV News)	約75国・地域	約188国・地域
	世帯数	約1億6000万 世帯※6	約1400万 世帯	約3億3000万 世帯	約2700万 世帯	約2億4500万 世帯	約2億4500万 世帯	約8500万世帯 (CCTV News)	約4950万 世帯	約1億300万 世帯
使用言語		英語	日本語	英語	アラビア語 ペルシャ語	英語 フランス語 アラビア語	英語、ドイツ語 スペイン語 アラビア語	英語、中国語 アラビア語 ほか3言語	英語 朝鮮語	英語
ネット配信		あり	—	あり	あり	あり	あり	あり	あり	あり

※1 放送法21条に基づくNHKの子会社である日本国際放送(JIB)のサービス「jibtv」は、広告料を財源として放送。

※2 テレビ国際放送は1995年より実施(日本語放送を含む)。2009年より24時間英語化。

※3 2014年度以降は受信許可料のみ。

※4 ラジオ国際放送含む。

※5 テレビ国際放送のみの事業規模は不明であるが、国内放送を含めた事業規模は、約4,440億円。

※6 24時間視聴可能。なお、北米で約8600万世帯が一部視聴可能。

※ 上記データは、各放送事業者のHP(公称)や各種公刊物等を基に作成したものである。

課題

NHKワールドTVはコンテンツは充実しているにもかかわらず、世界各都市で認知度が低い

○イギリスにおける認知度（平成23年度）

NHKワールドTV	9.0%
BBC	92.7%
CCTV	23.0%
フランス24	20.4%

○ワシントンにおける認知度（平成23年度）

NHKワールドTV	12.9%
BBC	75.5%
CCTV	13.0%
フランス24	15.5%

（NHKからの報告を基に作成）

対応策

1 衛星放送のエリア拡大

	NHKワールドTV	BBC	CCTV	フランス24
世帯数	約1億6000万※	約3億3000万	約8500万	約2億4500万

※ 地域衛星：約1億3500万、CATV等（再送信）：約2500万

⇒地域衛星（費用総額約14億円/年（うちNHK交付金約7億円/年））の増強

（参考）NHK予算（テレビ国際放送）とNHKワールドTV視聴可能エリア・世帯数の推移

	平成19年度	現在（24年度）
NHK予算（テレビ国際放送）	48.0億円	133.1億円
NHKワールドTV視聴可能エリア・世帯数	4国・地域、655万世帯	130国・地域、約1億6000万世帯

2 海外の受信環境整備

① 海外CATV事業者への配信 ～一般のご家庭への浸透～
⇒地域衛星の充実に加えて、CATV等経由の充実が必要

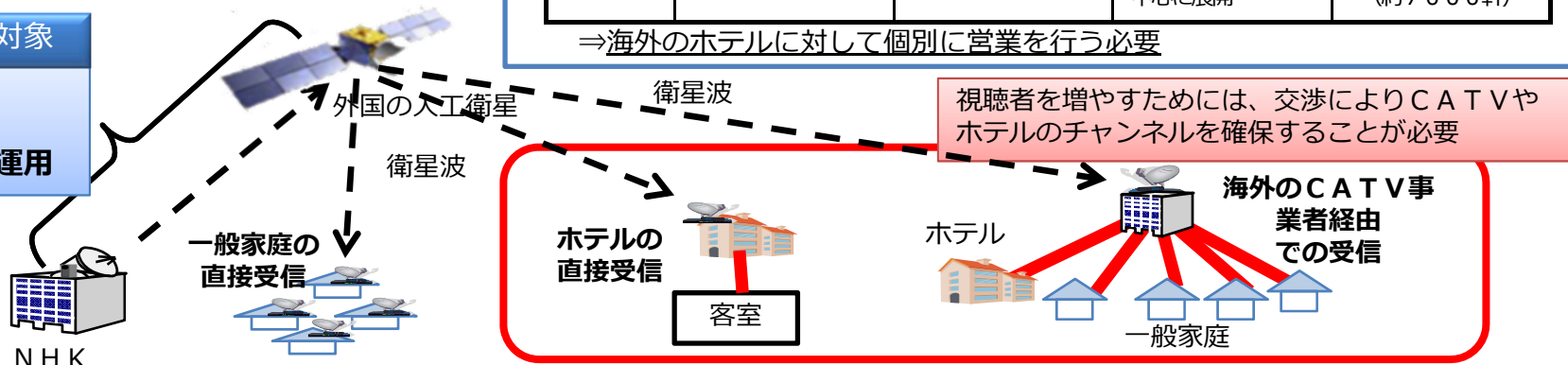
② 海外ホテルへの配信 ～オピニオンリーダーへの浸透～

	NHKワールドTV	BBC	CCTV	フランス24
室数	約34万室	約170万室	全米の高級ホテルを中心に展開	約100万室（約7000軒）

⇒海外のホテルに対して個別に営業を行う必要

NHK交付金の対象

- ① 番組制作
- ② 送信
- ③ 衛星の借用と運用



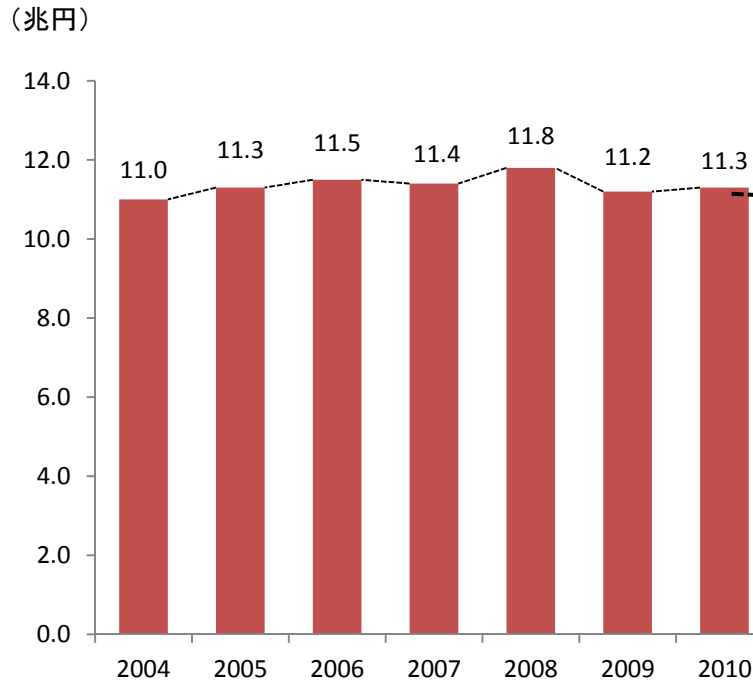
その他の海外展開

伸びの低い日本のコンテンツ市場

- 世界全体のコンテンツ市場は2011年～2015年は、平均5.7%成長と予測
- しかし、日本のコンテンツ市場は、ここ数年、約11兆円規模で推移
そのコンテンツ市場の約3分の1が放送コンテンツ

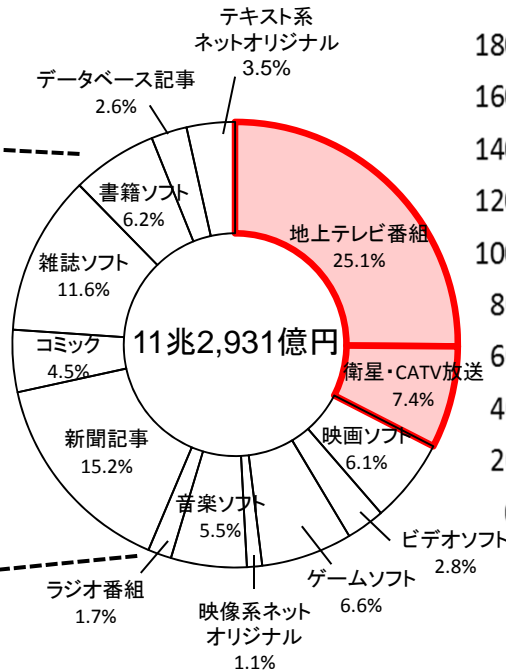
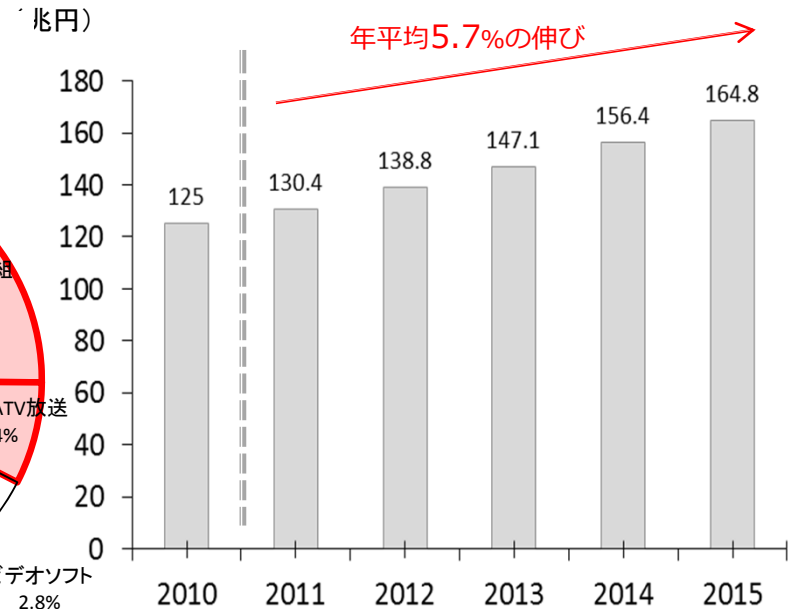
日本のコンテンツ市場

(2004年-2010年実績)



世界のコンテンツ市場

(2010年実績、2011年～2015年予測)



コンテンツ市場のうち
放送コンテンツが約3分の1 (32.5%)

・出典：総務省情報通信政策研究所
「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」より作成

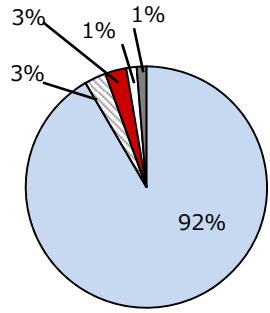
- 特に成長が著しい地域は
 - 1) 中南米：今後の5年間で年間平均成長率10.5%、
2015年には1,090億ドル
 - 2) アジア太平洋：今後の5年間で年間平均成長率6.5%、
2015年に5,410億ドル
 の市場規模が見込まれている。

・出典：PricewaterhouseCoopers
「Global Entertainment and Media Outlook : 2011-2015」より作成。

元気がない日本の放送コンテンツの海外展開

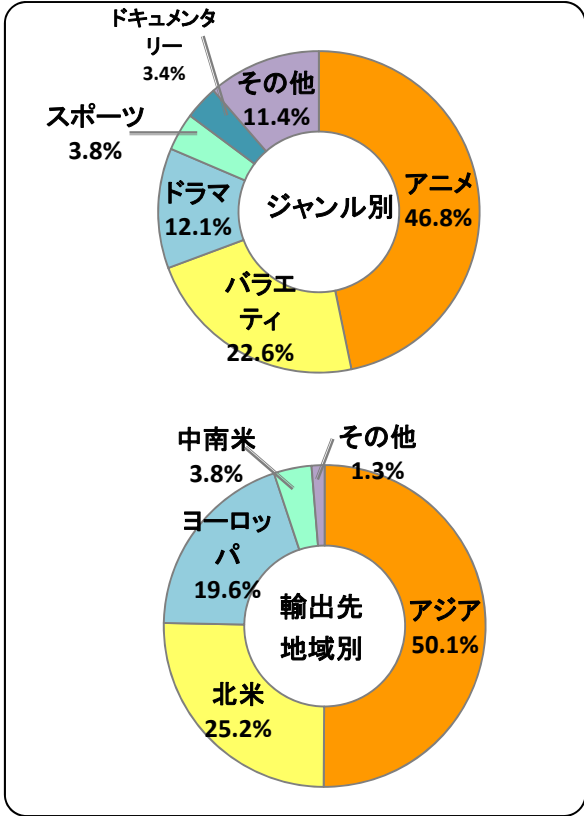
- 日本のコンテンツの海外収入（4,536億円）の大部分（92%）がゲーム
- 地上テレビ番組の輸出金額は近年減少傾向。輸出金額（63億円）はテレビ放送の国内市場（3.7兆円）の約0.2%にすぎない。

日本コンテンツの海外収入
4,536億円（国内市場の4%）
の内訳



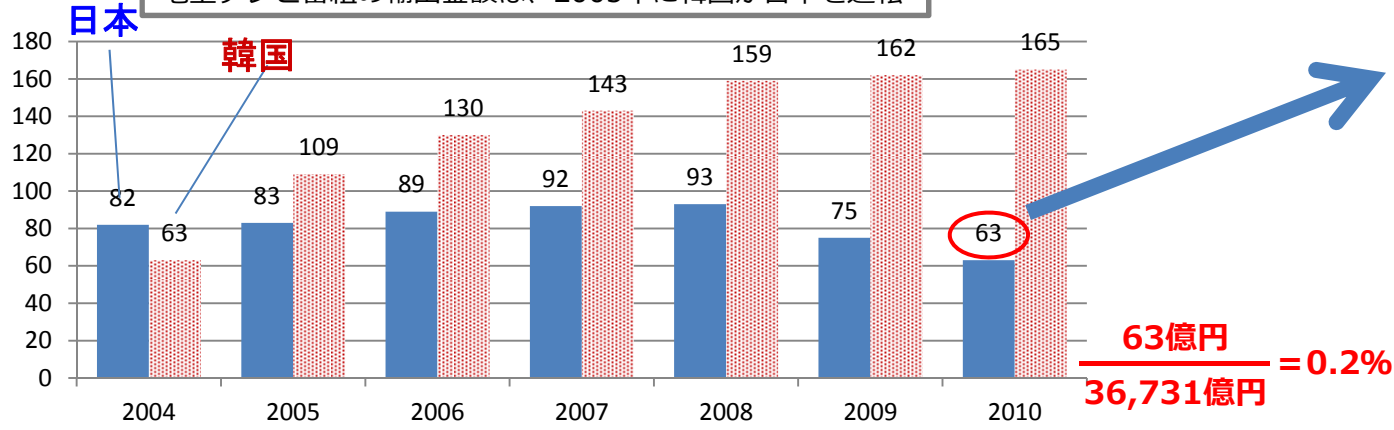
- ゲーム
ゲームの海外収入
…コンピュータエンターテインメント協会「2011CESAゲーム白書」
- アニメ
アニメの海外収入
…一般社団法人日本動画協会データベースワーキング「アニメ産業レポート」
- 書籍・雑誌
書籍・雑誌の海外収入
…財務省貿易統計
- 放送番組
放送番組の海外収入
…総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」
- 映画
映画の海外収入
…時事映画通信社「映画年鑑」2012

テレビ番組の輸出金額に占める割合
(2010年度)



地上テレビ番組の輸出金額

(単位: 億円) 地上テレビ番組の輸出金額は、2005年に韓国が日本を逆転



【出典】
日本の輸出額、テレビ放送の国内市場規模
…総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究」より作成(年度ベース)
韓国の輸出額
…韓国コンテンツ振興院プレゼン資料より作成(暦年ベース)
為替レート
…2010年の平均為替レート(1米ドル=88.09円 財務省貿易統計より)で換算
韓国のテレビ放送の国内市場規模
…HUMANMEDIA「日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース」

テレビ放送の国内市場規模 (単位: 億円)

日本 (2010年)	36,731
韓国 (2010年)	3,818

例：Japan Hour

【概要】

- ・住友商事がシンガポールのテレビ局（チャンネル・ニュース・アジア（CNA））の放送枠を確保（1991年放送開始）
- ・シンガポールにおける地上波放送に加え、25の国・地域（約3億世帯）で主としてケーブル局を通じて視聴可能（2012年3月末時点）

【放送内容】

- ・現在はテレビ東京製作の「土曜スペシャル」（日本の温泉宿やグルメ等を紹介）を放送中
- ・年平均12%程度の視聴率を確保、訪日観光客の増加等に寄与

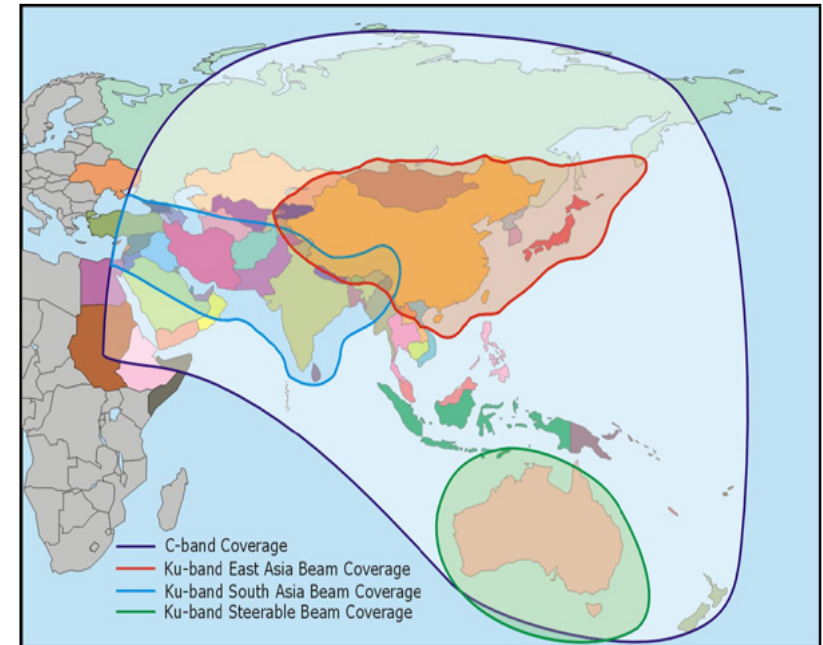
（放送時間）

土曜日	19:30-20:30
日曜日（再放送）	8:00-9:00
日曜日（再放送）	13:00-14:00

【ビジネスモデル】

- ・シンガポールでビジネスを展開する日本企業をスポンサーとして確保し、広告収入を得ている

CNA使用衛星のカバー範囲



【視聴可能な国・地域】

(アジア)	中国	ネパール
シンガポール	韓国	ブータン
フィリピン	香港	モルジブ
タイ	台湾	(中近東)
インドネシア	マカオ	UAE
ベトナム	モンゴル	(オセアニア)
カンボジア	インド	オーストラリア
マレーシア	スリランカ	パプアニューギニア
ブルネイ	バングラデシュ	
ミャンマー	パキスタン	

海外展開における課題

日本のコンテンツの展開先として有望なアジア等では、コンテンツ単価が安く海賊版が氾濫
コンテンツ単独では収益確保が困難

今後の取組の方向性

関連産業と融合した事業モデルの構築

日本の製品・サービスの発信ツールとしてコンテンツ・メディアを活用し、全体として収益を確保

海外における発信チャンネル確保

チャンネル・放送枠の確保

テレビ国際放送の有効活用

コンテンツの確保

ローカライズ（字幕付与等）への対応

放送コンテンツの権利処理の効率化

事業環境の整備

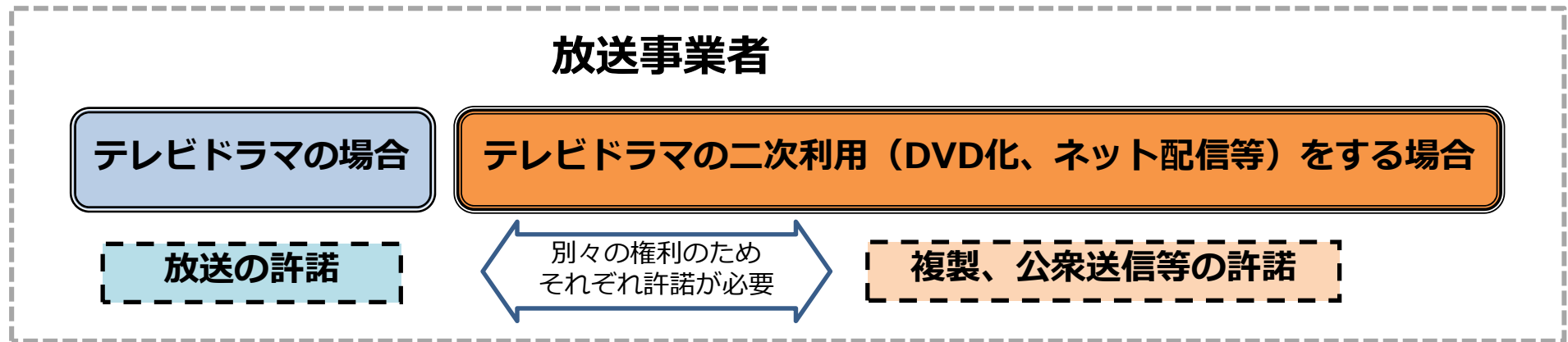
海賊版コンテンツへの対策

外国製コンテンツに対する規制への対応

番組見本市等を通じたプレゼンス向上

人材の育成、ノウハウの蓄積・活用

- ・海外展開、ネット配信等の二次利用には、改めて権利者（著作権者・著作隣接権者）の許諾が必要
- ・海外展開では、①ネット配信等を含めたオールライツでの販売が求められるケースが多く、また、②海賊版に先んじて正規のコンテンツを出す必要があること、から迅速・効率的な権利処理が必要



著作権		著作隣接権		
原作 脚本	音楽 (作詞・作曲)	レコード (原盤・レコード実演)	映像実演 (出演者)	その他
原作：日本文藝家協会 脚本：日本脚本家連盟 日本シナリオ作家協会	J A S R A C J R C イーライセンス 等	原盤：日本レコード協会 レコード実演：C P R A	音事協 芸団協 音制連など ※aRmaで二次利用に係る 権利処理窓口の一元化に取 組中。	(1) 一般人（肖像 権、プライバシー 権） (2) 協力者（神社仏 閣・美術館等の所蔵 者や取材先）

権利者団体等に所属または権利の管理委託をしていない権利者

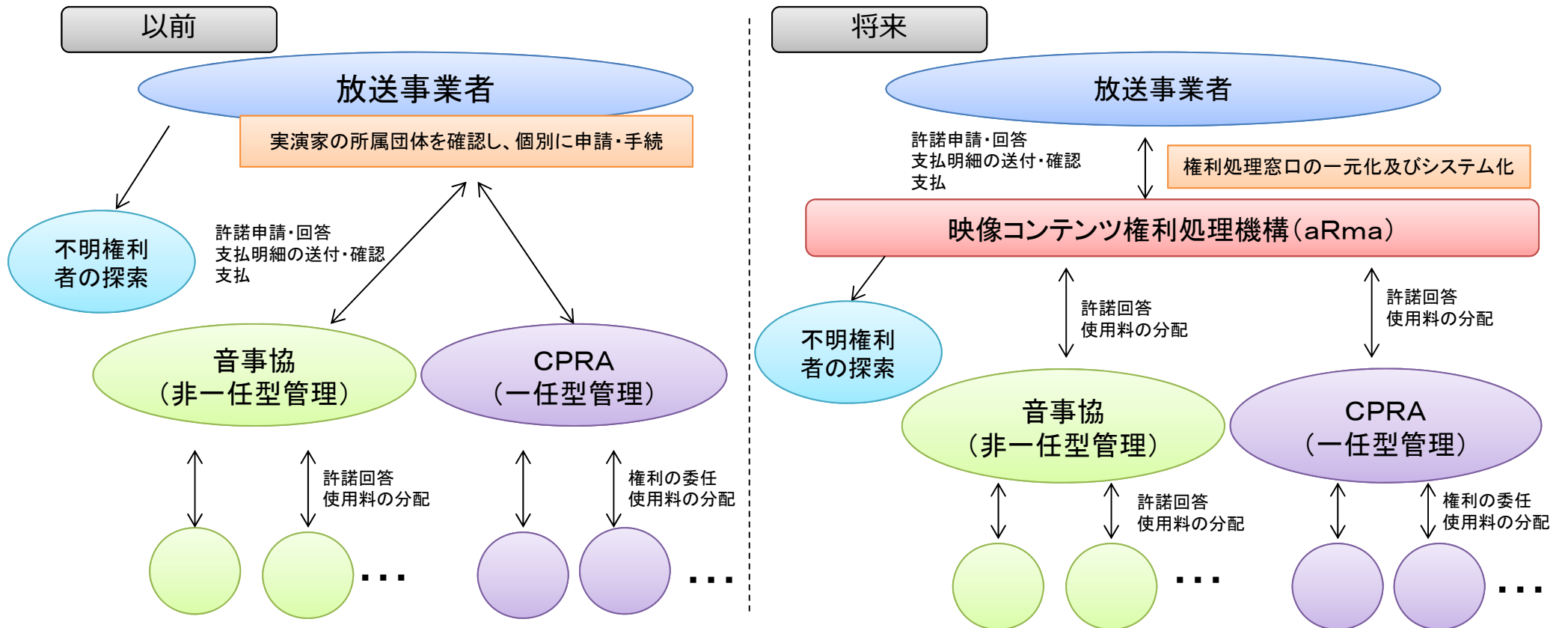
※権利者が不明の場合：許諾の代わりに文化庁長官の裁定を受け、補償金を供託することにより著作物等を利用することが可能

実演家の権利処理一元化の推進

実演家については、一つの放送番組に多数の権利者が発生するため、権利処理が煩雑で負担が大きい



権利処理の受付窓口及び不明権利者探索業務の一元化とシステム化により、権利処理業務に要する時間とコストを大幅に削減し、放送番組の二次利用を促進



権利処理一元化の実証実験

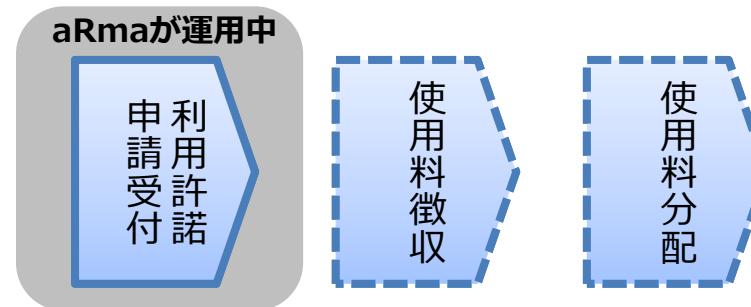
・権利者団体、放送事業者等の関係者により「放送コンテンツ権利処理円滑化連絡会」を設置し、aRmaを中心として権利処理の円滑化に関する実証実験を平成22年度～平成24年度の3か年計画で実施。

	平成24年度予算額	平成23年度予算額	平成22年度予算額
一般会計	430百万円の内数	265百万円	300百万円

※平成25年度についても予算要求中。

・平成22～24年度の実証実験により、申請受付窓口の一元化を実現し、運用中。

【権利処理業務の主な流れ】



権利処理一元化の効果

- ・NHK及び民放キー局は、放送番組の二次利用（ネット配信、海外番販等）に係る実演家の利用許諾について、ほぼ全てaRmaを通じて申請を行っている。
- ・aRma利用許諾申請受付年間**6000件**（実演家数としては延べ**16万人**）
- ・利用許諾申請窓口一元化による総作業時間の削減効果は**40.3%**（実証実験における試算）

課題

- ・権利処理の更なる効率化とaRmaの自走化のために、権利使用料の徴収・分配までを一元化し、aRmaが手数料収入を得ることが必要。

- ・ 放送コンテンツの海外展開に「DVD化」や「送信可能化」を含む場合、レコードの原盤権について、原則としてコンテンツを展開する国・地域毎に当該レコード会社の現地法人の許諾が必要。
- ・ 現地法人の許諾を得られない又は原盤の権利料が高価となる場合のコスト等を考慮し、放送事業者が楽曲の差し替えで対応するケースが多い。

国内

日本レコード協会
が管理

※ビデオグラム化については個別のレコード会社に許諾を得る必要がある。また、インディーズといったレコ協会員社が管理していない原盤についても個別に許諾が必要。

海外

レコード会社
による個別許諾
(展開する国・地域毎)